

الوحدة التعليمية الخامسة أنواع إعلانات الأدفاف التعليمية: تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية 1 - تعريف الطالب بأنواع إعلانات بعامة . ويمكن تقسيم إعلانات وفق عدة معايير تدرجيا في الآتي: أول - أنواع إعلانات بحسب الهدف منها: قدد يهدف إلى العددان الذي تدرويج مبيعات أو خدمات مدن سدمة أو خدمدة معيندة وفي هذه الحالة تنقسم إعلانات إلى نوعين رئيسيين 1 - إعلان أولى: حيث يهدف إلى تدرويج مبيعات سدمة أو منتج بغض النظر عن العالمة التجارية (الماركة)، مثل ذلك الحميدة إعلانية التي قدم بinda اتحاد تجارة الشدائي فدي وقدت مدن الوفقات لتدروري شدرب الشدائي وكاندت الحميدة تدتمخص فدي شدبار "الشداي مدنعش" دون ذكر أي عالمات تجارية (ماركت) محددة. كح ددت المسديميك عمدى شد راء الش ددائي أو الحمي ددب مد دن ن ددع مع ددين) وبد ددا الن ددع م دن إعلان ددات يناس ددب السد ددمع والخدمات التي انتشر استخداما ، وثمة تصنيف آخر لإعلانات بحسب الهدف منها أو بحسب وظائفها 1 (التسويقية حيث تقسم إعلانات إلى 1 - إعلان التعليمي: نوع يعمق بتسويق السمع الجديدة التي لم يكن لها وجود في السوق من قبل ، فيهدف إعلان إلى إبراز خصائص السمعة بالنسبة لسمعة المنافسة لحث المستيميك الخير أو المشتري الصناعي عمى تفضيميا عمى السمع الأخرى والى تفضيل التعامل مع متجر معين دون المتاجر المنافسة . ثانياً - أنواع إعلانات من وجهة النظر البيعية: تنقسم إعلانات بحسب هذا التصنيف إلى نوعين رئيسيين: أ - إعلانات تجارية: كما ينقسم هذا النوع من إعلانات إلى عدة أنواع يمكن إجماليا في النوع التالية 1 - إعلان القومي National Advertising ويطلق أيضاً عمى هذا النوع Brand - Name Ad ويركز إعلان القومي عمى السمع التي تباع في المتاجر 4 - ، إعلان البريد Order Ad - Mail وقد يطمح عبياً أيضاً إعلانات التسويق المباشر Direct Marketing Ad حيث تطمب السمعة عن طريق البريد أو التليفون أو التلفزيون أو إلى النternet ، وينقسم هذا النوع من إعلانات إلى عدة أنواع يمكن إجماليا في النوع التالية 1 - إعلانات الخدمات العامة: ويمكن استخدام إعلان لترويج منتجات وخدمات غير تجارية تهدف إلى إعالم وتثقيف وتحفيز الجمior حول قضيابغير تجارية ، وأيضاً ترويج أفكار لقبول الناس بفكرة مخطط تنموي أو بناء مشفى عام أو حديقة عامة أو ممعب رياضي عام . ثالثاً - أنواع إعلانات بحسب النطاق الجغرافي 4( ): وبو أحد المداخل التي يجب أن ينظر إليها بعين الاعتبار في مجال التقييم النوعي لإعلانات المخططة وفي هذا الصدد يمكن تقسيم إعلانات إلى النوع التالية 1 - إعلان محمي: وبو إعلان الذي يتم ويستيد منطق جغرافية محددة مثل إعلانات التي تقوم بيا المعادنة في إطار المحافظة 2 - ، إعلان إقليمي: وبو إعلان الذي يتم توجيهه إلى فئة محدودة من العمال الموجودين في نطاق جغرافي محدد بغية إحداث تأثير أو توليد الرغبة لديهم إثارة انتمام نحو نماذج سمعية أو خدمية محددة 4 - ، إعلان الدولي: وبو إعلان الذي يقوم بتعريف منتج معين أو خدمة معينة في دولة معينة إلى مستيمكين وعمالء حقيقيين خارج تك الدولة ، رابعاً - أنواع إعلانات بحسب الجمهور المستهدف: تنقسم إعلانات بحسب الجمior الذي تتوجه لو إلى 1 - إعلان الاستهلكي: حيث يتم نشر هذا النوع مدن إعلانات إلدى المستيمكين النباتيين لدفعهم وحثهم للاستجابة والقتناع باقتداء السمع المعدن عندها مدن خداللإثارة الدوافع الظاهرة والباطنية التي تحرك سموكي 2 - . إعلان الصناعي أو إلى نتاجي: تطمب هذه التسمية نسبة إلى المستيمكين الموجولي ددم إلع ددالن أي المس ددتميكين الصن ددناعيين أو المس ددتفدين الصن ددناعيين حي ددت ي ددت إعلان فيو عدن السمع الصناعية وتصدف المصندعة والجدانة جزئياً أو الخدمات التي ستعاد عممية تصنيعيا بغية الحصول عمى منتجات جديدة 3 - ، إعلان الأعمال أو إعلان الخاص بالوسططا: ويدو إعلان المعمدق بالوسطاء والموزعين ووكالء البيع لتوصيل معمومات محددة متعمقة بالمنافع الخاصة بالسمع والخدمات وحثيم عمدى التعامل مدع منتجات معينة . وإعططالن السسطتهاكي يمكن أن ينقسدم بددوره إلى العددان جمططاعي حيدري يوجو إلى فئات كبيرة مدن المستيمكين وقد يكدون إعلان السستيالكي موجود طبقددة معين ددة أو في ددة مع دددة مدن المس ددتميكين وف ددي ي ددها الحالدة يطم ددق عمي ددو اس ددم إعلان الطبقي أو الفئوي" مثل ذلك إعلان الذي ينشره منتج آلات التصوير فدي إحدى المجدالات المتخصصدة فدي التصددوير والتبدو ويوجدو إعلاندو الذي خب دراءالتص ددور م ددال أو إل ددي محترف ددي التص ددور الس ددينائي 4 - ، إعلان المنشآت «أو المنظمات»: وبو إعلان الذي يختص بألفكار المتعمقة بالمنشأة كل فيسمى إعلان المنشآت ، وينقسم بدوره إلى ثلاثة أنواع: إعلانات سمعة المنظمة: ووظيفة هذا النوع من إعلانات تقديم صورة متكاملة عن المنظمة بغض النظر عن المنتجات التي تقدمها مثل العبارات التي تروج لمنظمة بشكل عام مثل: قطر لمبتول . و يعد جمior العمالء والمجتمع لمشاركة في عالج المشاكل التي تواجههم أو تيئنة الجمior في المناسبات والأعياد القومية والدينية أو مشاركة المجتمع بأفراحو وأتراحو مثل ، الرسائل

القصيرة عبر الجوال التي ترسما شركات الياف المحمول أو النصائح المرورية التي تقدمها المنظمات في أثناء أسبوع المرور العربي . سادساً- أنواع إعلانات بحسب الدوافع التي يهدف إلى إعلان إلى إثارتها<sup>5</sup>): تنقسم إعلانات بحسب الدوافع التي تسعى إلى إثارة إلى 1 - : إعلانات الدوافع الأولية: بي إعلانات التي تهدف إلى حد المستيمك عمى شراء واستخدام منتج معين بصرف النظر عن عالميا التجارية<sup>3</sup>- ، إعلانات خاصة بإثارة دوافع التعامل: بي إعلانات التي تهدف إلى التعريف بالمؤسسات أو المنظمات وتكوين اتجاهات إيجابية نحوها مما يدفع الغير لمعامل معها والوالء لها ولمنتاجها) . ووفق هذا المعيار لدينا نوعين من إعلانات تحت هذا النوع 1- : إعلان الاستجابة المباشرة: ويتم ذلك لمحصول عمى استجابة فورية من الزبائن ، بعد تمييز إعلان ليس بيده شراء المنتج أو تبني الخدمة لكن بيده رسم صورة إيجابية لبيه العالمية التجارية أو المنتج أو الخدمة في ذيتو . تاسعاً- أنواع إعلانات بحسب دورة حياة المنتج: يمر المنتج سواء كان سمع أو خدمات بثالث مراحل إعلان يتميز كل منها بخصائص معينه وترتبط بدورة حياته أو المراحل التسويقية التي يمر بها هذا المنتج وقد حدثت بهذه المراحل إعلانية فيما يمي 1 - : مرحلة الريادة: أي مرحلة دخول المنتج إلى السوق أول مرة ويدفع إعلان فيها يتركز في حمق الطلب عمى المنتج وذلك عن طريق التأكيدعمى ما يمكن أن يشعرون من حاجات لدى المستيمكين . وفي التطبيق العمى ألا إعلانات تخدم دورة حياة السمع والخدمات من هذا النوع يجبأخذ عدة أمور بعين الاعتبار هي: أ- عدم وجود حدود فاصلة بين كل مرحلة وأخرى لأنها تتداخل فيما بينها في مجال التطبيق العمى عاش أ- أنواع إعلانات بحسب الوسيمة إعلانية<sup>8</sup>(): ليست وسائل إعلان قيمة العدد . في هذه الأيام وربما تكون مباشرة أو غير المستخدمة من قبل المعمن مباشرة ، وتشير الطرق المباشرة لإعلان إلى تمكن الأنظمة والتي يمكن عن طريقها من تكوين اتصال مباشر مع الجهة المحتملة معتمداً عمى ستأجرة لنشر المعمومات ، وتتوقف فاعمية وكفاءة إعلان عمى اختيار الوسيمة وكالة م إعلانية المناسبة لنشر إعلانات التي يمكن عن طريقها وصول إعلان إلى الجميع المستفيد بأقل تكلفة ، ودوريات النشر واليافطات والمصقات والمطويات (الكتموجات) والكتيبات وإعلانات التي ترسل بالبريد والمنشورات<sup>2</sup>- ، إعلانات الوسائل المسموعة: وتمثل في إعلانات الراديو واعلانات العربات التي تستخدم مكبرات الصوت ، إذ يصعب الصوت ذو أر باللغة الألمانية في التأثير عمى المتمي بما يحمل من خصوصيات في التنغيم والنبر والغير واليمس ، وتصبح الكلمة المسموعة أحياناً الموسيقى فتزدريا طاقة كبرى عمى الإيحاء واللوم والتخييل<sup>3</sup>- ، إعلانات الوسائل المرئية: وهي جميع الرسائل إعلانية التي يتم توصيمها عبر حاسة البصر عدا المقرؤة مثل الموحات والتمفزيون والدعائيات ووسائل الوسائل<sup>4</sup>- . إعلانات الوسائل الإلكترونية: وهي إعلانات التي تصل إلى الجميع عبر الشاشات الطرقية ووسائل الجوال القصيرة ، كذلك تدخل الرسائل إعلانية المختمدة تتضمن إمكانidades فنيدة وأسدالib فدي التحرير وإلخراج إعلاناتي تختلف عن غيرها مدن الوسائل ، من ناحية أخرى فإن لكل مدن تدخل الوسائل إعلانية قدرة وفعالية محددة تتقدّم بعدها أنواع إعلان دون <http://www> -<sup>9</sup> ولكن ينبغي أن نؤكد نقطة م يمه بي أن تتمكن أنواع من إعلان ليست منفصمة عن بعضها تمام النفصا بل قد يتمثل في إعلان معين أكثر من نوع واحد،